

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE ABDELHAMID IBN BADIS – MOSTAGANEM –

FACULTE DES LANGUES ETRANGERES

FILIERE DE LANGUE FRANCAISE



OPTION : LANGUE ET COMMUNICATION

L'USAGE DES LANGUES DANS LES ENTREPRISES ALGERIENNES

**CAS D'ETUDE : L'ENTREPRISE NATIONALE DES PRODUITS NON
FERREUX « ENOF » (port de Mostaganem 1983)**

Présenté par :NENNOUCHE Imane.

Encadreur : Mme DAHOU Malika

Membres du jury :

Mme DAHOU Malika

Mme BENBOUZIANE Hafida

M. BENHALOU Amine

ANNEE UNIVERSITAIRE : 2020 / 2021

Remerciements :

Je tiens à remercier DIEU le tout puissant de m'avoir donné le courage pour réaliser ce projet de fin d'étude.

Mes remerciements les plus chaleureux :

à mes parents qui m'ont aidée durant toute ma carrière ainsi que mes sœurs et mon frère et toute ma famille.

Finalement, je tiens à remercier toute personne qui m'a soutenue de près ou de loin.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à mes parents, mes sœurs , mon frère , mes grands-parents et à toute ma famille.

INTRODUCTION :

L'Algérie est un pays plurilingue. Nous utilisons des langues différentes en même temps. Cette diversification est considérée comme une richesse linguistique car nous pouvons trouver un même locuteur qui maîtrise deux langues ou plus, que ce soit dans l'écrit ou au niveau de l'oral.

Parmi les langues que nous utilisons beaucoup dans la société algérienne, le français et l'arabe. L'usage de ces deux langues qui sont parfois en cohérence et autrefois en concurrence peut créer un dysfonctionnement dans tous les domaines (social, éducatif, économique).

Dans le domaine de l'économie et du commerce, en incluant le secteur des entreprises, nous utilisons les deux langues bien précisément et parfois nous nous trouvons dans l'obligation d'utiliser d'autres langues tel que l'anglais et l'espagnol surtout lorsqu'il s'agit d'une entreprise de l'import et l'export active dans les échanges internationaux

La langue anglaise est devenue une concurrente de la langue française en occupant la place de la première langue étrangère en Algérie. Dans le secteur des entreprises, l'anglais a commencé à occuper cette place déjà car le français est classé comme une langue de prestige. Pour les affaires, nous valorisons l'anglais qui est plus facile dans la communication et qui est parmi les langues les plus parlées au monde. L'Arabe a toujours une place importante parce que c'est la langue officielle du pays.

Toutes les trois langues sont utiles dans la communication dans les entreprises algériennes, surtout les entreprises qui ont des partenaires et des relations mondiales.

Dans ce cas, la diversification des langues est obligatoire car chaque langue est normalement importante.

Cette situation a créé une polémique sur les usages des langues en Algérie et dans les domaines de l'économie et le secteur des entreprises, cela nous a conduit à la problématique de notre projet de fin d'étude.

La problématique

- Comment se déroule la communication dans une entreprise ?
- Est-ce qu'il existe une communication des entreprises ? Et quels sont leurs types ?
- Quelles sont les langues que les entreprises Algériennes utilisent?
- Est-ce qu'elles suivent le même statut que l'état a donné à chaque langue (officielle ou étrangère) ?
- Est-ce que la législation a permis aux entreprises de choisir la langue avec laquelle ils travaillent ?

Les hypothèses :

- Dans chaque endroit ou institut, la communication est un élément obligatoire toujours présent mais il y a une différence de techniques qui changent selon la situation .
- Les langues qui sont utilisées dans les entreprises sont souvent les mêmes langues utilisées quotidiennement dans les administrations (l'arabe , le français , l'anglais)
- C'est à l'entreprise de choisir la langue qui l'accompagne dans les différentes situations de communication.

Les motivations :

Parmi les motivations qui nous ont poussée à choisir ce thème, c'est quelques observations et remarques dans le domaine de l'économie et du commerce. Nous pouvons résumer ces remarques en quelques points :

- Le domaine de l'économie et du commerce est un domaine actif dans lequel la communication joue un rôle très important .C'est grâce à la communication que nous pouvons réussir les accords et les affaires .
- La langue est un élément très important dans la communication et la transmission du message. Le bon choix de la langue rassure la transmission du message.
- Dans les entreprises, surtout celles de l'import et l'export , la maîtrise de plusieurs langues est obligatoire

Plan du travail :

Ce travail se base sur les langues utilisées dans la communication (interne ou externe / orale ou écrite) dans les entreprises .

Nous avons développé ce travail en deux chapitres :

Dans le premier chapitre, intitulé **Langues et communication** , nous expliquons brièvement c'est quoi une entreprise ? Puis nous passons à la définition de la communication en général , la communication des entreprises et ses types . Enfin, nous nous intéressons aux statuts des langues (arabe , français et anglais) en Algérie.

Dans le deuxième chapitre, intitulé **Enquête sur le terrain** , nous avons choisi l'entreprise ENOF au sein du port de Mostaganem qui est une entreprise active dans le cadre national et international pour faire notre enquête .

Nous commençons notre deuxième chapitre par une présentation générale de l'entreprise en expliquant sa mission et ses activités.

Ensuite, nous avons expliqué la méthode de l'enquête et son déroulement, puis nous avons bien détaillé les résultats de notre questionnaire.

Cette étude décrit une certaine réalité linguistique dans les entreprises Algériennes ce qui est notre objectif dès le début en espérant toujours que nous avons pu ajouter quelques nouvelles informations et explications à travers ce travail.

Pour conclure, nous clôturons notre projet de fin d'étude par une conclusion générale qui résume tous les résultats de la recherche .

PREMIER CHAPITRE :

LANGUES ET

COMMUNICATION

Qu'est-ce qu'une entreprise :

D'après l'INSEE , « l'entreprise est une (unité économique , juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché) .

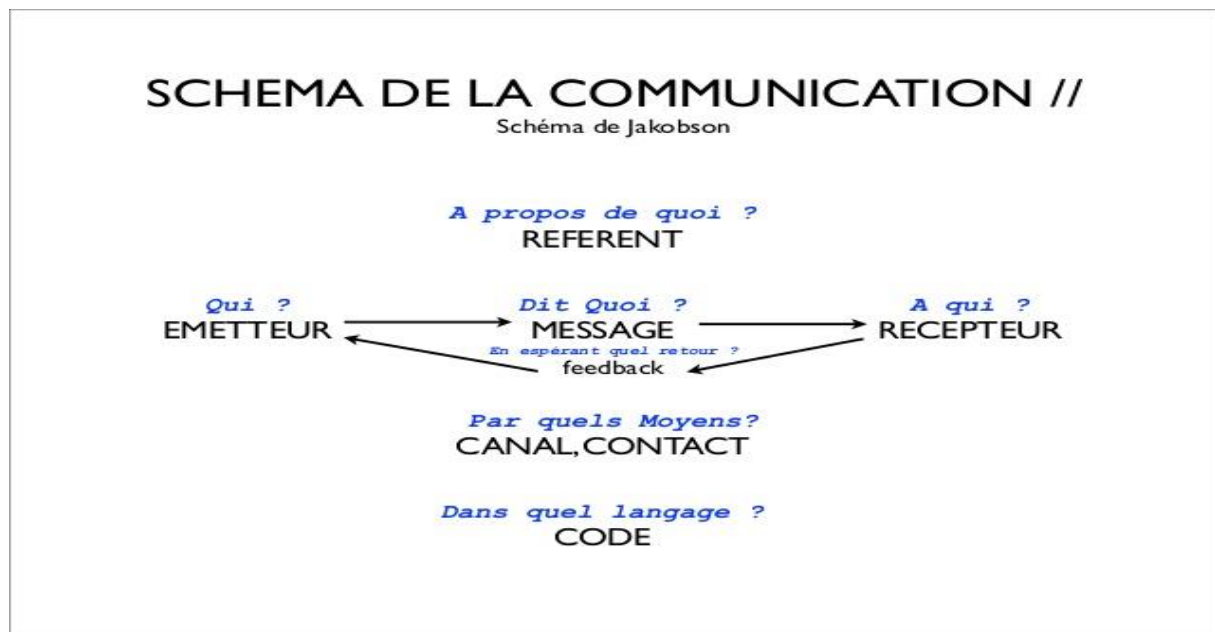
Autrement dit , il y a entreprise dès que des personnes mobilisent leur talent et leur énergies , rassemblent des moyens matériels et de l'argent pour apporter un produit ou un service à des clients »¹

1-LA COMMUNICATION

1-1 Définition :

Selon le célèbre LAROUSSE, la communication a plusieurs définitions et cela dépend de la situation du destinataire . la définition la plus basique est « action , fait de communiquer de transmettre quelque chose »².

« action de communiquer avec quelqu'un, d'être en rapport avec autrui, en général par langage ; échange verbal entre un locuteur et interlocuteur dont il sollicite une réponse »³.



mandi 2 avril 13
4

¹ www.economie.gouv.fr le 22-03-2021 à 10 :32

² www.larousse.fr le 26-03-2021 à 16 :20

³ www.larousse.fr le 26-03-2021 à 16 :20

La communication est aussi l'échange des idées et des informations entre les individus pour obtenir un but bien précis. C'est ce que confirme Helfer et Orsoni lorsqu'ils définissent la communication comme : « *la transmission des informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire une modification de comportement ou d'attitudes* »⁵

1-2 La communication des entreprises :

« *la communication est l'ensemble des méthodes , des moyens et des actions déployés en direction des publics , internes et externes , dont l'opinion est déterminante pour l'entreprise dans le but d'être reconnue , d'avoir une image spécifique positive , d'être mieux acceptée politiquement , socialement et commercialement par son environnement. Elle comprend donc tous les signaux et messages émis par l'entreprise qu'ils relèvent de la communication désigne (charte graphique, identité visuelle , logotype), de la publicité-médias , de la communication directe (publipostages postal et économique) , de la communication terrain (force de vente) ou de la communication socio-relationnelle relation internes, relation externes) etc* »⁶.

Dans ce secteur on peut trouver plusieurs types de communication.

1-2-1 La communication globale :

La communication globale d'une entreprise rassure la cohérence de la communication **interne** et **externe**. Elle doit toutefois garantir l'efficacité et la fidélité « *La communication globale d'une organisation définit son territoire de communication et a pour vocation d'assurer la cohérence des messages, à l'externe et en interne , ainsi que leur efficacité. Elle nécessite une démarche rigoureuse et une mise en œuvre exemplaire. Chaque prise de parole doit être l'occasion de décliner le message essentiel* »⁷

⁴ www.alloprof.qc.ca 25-02-2021

⁵ J .P .Helfer et J .P .Orsoni , « politique commerciales » , édition Vuilbert, 1987 , p 133

⁶ A.Chirouze et Yves Chirouze , « introduction au marketing » , édition Foucher, Paris ,2001, p206

⁷ Eric Bizot, Marie Hélène et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES » , édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p2

« *La communication externe s'adresse aux cibles et publics proches et /ou éloignés de l'organisation . La communication interne s'intéresse aux salariés et collaborateurs de l'organisation* »⁸.

1-2-2 La communication institutionnelle :

Selon SCHNEIDER Christian « *La communication institutionnelle regroupant les fonctions de relations publiques, commandites, mécénat et de prise de position ou engagement social* »⁹

La communication institutionnelle est aussi la communication d'une entreprise et/ou une organisation avec ses publics. Elle représente en premier lieu l'image de l'entreprise « *La communication institutionnelle désigne la communication qu'une organisation entretient avec l'ensemble de ses publics : collaborateurs/salariés, journalistes, leaders d'opinion, pouvoirs publics, partenaires sociaux, actionnaires, ONG, grand public. Elle est le premier vecteur de l'image de l'organisation mais elle est aussi vecteur d'information et d'alerte en cas de changement brutal de situation (crise). L'image d'une organisation se construit sur ses valeurs, ses engagements (économiques, sociétaux, éthiques) et ses ambitions* »¹⁰.

Ce type de communication regroupe d'autres types de communication (**la communication financière, la communication de recrutement et la communication de crises**) qui ont des points et des objectifs communs au sein des entreprises.

La communication financière : « *Elle concerne, au premier plan, les groupes cotés en bourse. Elle est destinée à créer et à entretenir des liens de confiance entre l'organisation et ses actionnaires ainsi que les différents intervenants de la communauté financière (banquiers, analystes financiers, gestionnaires, investisseurs, journalistes économistes)Les relations presse et les relations publiques sont des outils privilégiés de la communication financière* »¹¹

⁸ Eric Bizot, Marie Hélène et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p2

⁹ SCHNEIDER Christian, Communication, nouvelle fonction stratégiques de l'entreprise, Paris, édition. J.Delmas , 1990, p14

¹⁰ Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p 3

¹¹ Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p 3

La communication de recrutement : « *La communication de recrutement vise à faciliter et optimiser le recrutement des salariés ou collaborateursLa mise en place d'une campagne de recrutement peut être aussi l'occasion de modifier, voire rajeunir, l'image de l'organisation, qui doit se rendre attractive auprès des cibles directes de la campagne, mais aussi du grand public (exemple des campagnes de recrutement du personnel chez McDonald's sous forme d'affichettes)*»¹²

La communication de crises : « *La communication de crise est une communication de prévention par la mise en place d'une veille informationnelle permettant de réagir rapidement à toute crise économique, financière, sociale.* »¹³

1-2-3 La communication commerciale :

« *on entend par la communication commerciale ensemble des signaux mettant par l'entreprise en direction de ses clients, de ses prospects des distributeurs de leader d'opinion, des prospecteurs et toutes autres cibles. La publicité est un moyen pour les atteindre, ils en existent d'autres telles que la promotion des ventes, les relations publiques, la force de vente et le marketing direct* ». ¹⁴

Le rôle principal de la communication commerciale est de vendre et de pousser les consommateurs à acheter un produit « *la communication commerciale a pour rôle principal d'inciter le consommateur à acquérir un produit* » ¹⁵

La communication commerciale réunit deux autres types de communication **la communication de marque et la communication de produit**)

La communication de marque : Elle représente l'image de la marque qui doit s'installer dans les mémoires des consommateurs «*Pour le consommateur, la marque a une fonction d'identification et de réassurance. Dans sa dimension cognitive, la communication doit faire connaître la marque, et l'installer durablement dans l'esprit du consommateur.* »¹⁶

¹² Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p 3

¹³ Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p 3

¹⁴ J. Lendrevie et D. Lindon, « la communication », 6eme édition , éd DALLOZ , Paris, 2000, p566

¹⁵ Joly Bruno, « la communication », édition Boeck, Bruxelles, 2010, p71

¹⁶ Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD , 2EME édition 2016 ,p 4

Pour une communication efficace, l'image perçue et l'image voulue doivent être semblables « Si la communication a été efficace, l'image voulue (par l'entreprise) sera identique à l'image perçue (par le consommateur). »¹⁷

La communication de produit : Généralement, dans ce type de communication nous citons les avantages des produits et des services fabriqués par l'entreprise « *Cette communication est celle de l'entreprise sur ses marchés. Elle vise à promouvoir les biens ou services fabriqués et commercialisés par l'entreprise. De façon générale, les messages s'appuient sur la performance des produits (avantage produit).* »¹⁸

2- Les statuts des langues en Algérie

2-1 Le statut de la langue Arabe en Algérie :

Dès l'indépendance de l'Algérie 1962, l'état algérien décrète que la langue arabe est la langue officielle et nationale du pays c'est ce que confirme Foudil CHERIGUEN « *c'est la langue que l'état s'efforce d'imposer depuis l'indépendance de l'Algérie 1962. Ayant adhéré depuis cette date à la ligue arabe, les dirigeants algériens se sont impressifs d'affirmer l'arabité de l'Algérie, se gardant bien toutefois de la faire figurer dans les principes généraux régissant la société algérienne* »¹⁹.

Avant 1962, La langue arabe était considérée comme la langue qui peut unifier le peuple algérien comme un peuple arabo-musulman face aux tentatives successives des français qui visent à franciser le peuple et à supprimer son identité et ses origines.

Les leaders des mouvements de libération comme l'Emir Abdelkader, Boumama, Mokrani et d'autres, ont pour but de défendre la langue arabe « *sa volonté de restaurer un Etat Arabe qui puisse conduire la résistance à l'envahisseur étranger ainsi que les appels à la guerre sainte de Boumama, Mokrani pour n'en citer que certain parmi tant d'autres étaient*

¹⁷Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD, 2EME édition 2016, p 4

¹⁸ Eric Bizot, Marie Hélène Chimisanas et Jean Piau « la communication » de la collection « TECHNIQUES TERTIAIRES », édition DUNOD, 2EME édition 2016, p 4

¹⁹ CHERGUEN Foudil, politiques linguistiques en Algérie, In :mots, Septembre 1997, p62, 63

sous-tendus par la volonté de sauvegarder la religion , les coutumes , les droits et les valeurs traditionnelles dont la langue ne constitue pas la moindre des symboles »²⁰ .

La défense de la langue arabe allait plus loin que les mouvements de libération, elle s'installait au domaine politique dont l'association des Oulémas étaient parmi les premiers qui ont défendu l'arabisation .Puis est arrivé le rôle des militants qui ont aussi organisé cette revendication pour la libération de l'Algérie « *Tous les partis (composantes de ce qu'on a coutume de dénommer le Mouvement National),quelle que soit leur appartenance politique et leur idéologie, l'ont inscrite dans leur programme : Jeunes Algériens, fédération des Elus, AML, UDMA, Etoile Nord-Africaine, Parti du Peuple Algérien (PPA-MTLD), même le PCA (Parti Communiste Algérien) (...) mais c'est l'Association des Oulémas Algériens créée en 1931 à l'initiative des cheikhs A. Ibn Badis et M.B El Ibrahimi qui a développé un vaste programme culturel pour la restauration de tous les attributs de l'identité de la nation algérienne »²¹.*

L'arabisation était strictement utilisée et recommandée dans la période du président Houari Boumediene qui a déclaré en 1971 que l'utilisation de l'arabe est obligatoire en Algérie.

L'arabe est la langue de l'école, elle représente la langue de l'enseignement en Algérie dès l'année préscolaire. Dans le secteur l'enseignement supérieur, l'arabe est moins utilisé dans les facultés des sciences et technologie par contre dans les filières des sciences sociales et humaines, elle occupe la place de première langue.

Dans les administrations, le pourcentage de l'usage de la langue arabe diffère d'une administration à une autre , d'un secteur à un autre et d'un domaine à un autre. Cette langue est moins utilisée dans le commerce et l'économie que dans le domaine judiciaire. Par exemple, il est difficile d'utiliser l'arabe dans un domaine où les rapports sont avec des étrangers « *(...) le premier est le domaine concerné par cette administration. Si les rapports avec l'étranger sont denses, l'arabisation est difficile ; pour le commerce extérieur, l'industrie, l'arabisation représente une complication inutile. Par contre, des secteurs comme la justice, l'intérieur, qui concernent que les populations locales, posent moins de problèmes »²².*

La langue arabe occupe une place sacrée dans la société algérienne, elle est la langue du « CORAN ».Elle représente l'identité et la dignité des algériens que les français ont voulu

²⁰ Khaoula Taleb IBRAHIMI, les algériens et leur(s) langue(s), édition EL-HIKMA, Alger 1994

²¹ Khaoula Taleb IBRAHIMI, les algériens et leur(s) langue(s), édition EL-HIKMA, Alger 1994

²² GRANDGUILLAUME Gilbert, arabisation et politique linguistique au Maghreb, Ed : G.-P. Maisonneuve et Larose,1983

supprimer « *L'arabisation est devenue synonyme de ressourcement, de retour à l'authenticité, [...] de récupération de la dignité bafouée par les colonisateurs* »²³ .

2-2 Le statut de la langue française en Algérie :

Avant 1962 , la langue française était une langue imposée par les français en Algérie , elle était la première langue au pays . Le français était présent dans la majorité des secteurs de la société algérienne durant la période coloniale française, ce qu' a avoué KH. Taleb IBRAHIMI « *Le français , langue imposée au peuple algérien par fer et le sang , par une violence rarement égalée dans l'histoire de l'humanité a constitué un des éléments fondamentaux de la France vis-à-vis de l'Algérie* »²⁴ . *Les français durant cette époque visent à supprimer tous ce qui est arabe et franciser la société «Dès les premières Années de la colonisation, une entreprise de désarabisation et de francisation est menée en vue de parfaire la conquête du pays* »²⁵ .

L'état français a choisi pour cette mission les grandes villes car elles représentent les lieux culturels du pays «*Dans l'Algérie de 1892, le français, langue maternelle, était principalement implanté dans les villes* »²⁶ .

Après l'indépendance 1962 la langue française est classée au rang des langues étrangères. L'état algérien a émis des lois strictes pour arabiser tous les secteurs : l'enseignement, la santé, l'économie, culturel...etc. Officiellement, c'était le cas mais au sein de la société algérienne, le français est toujours présent dans le parler des citoyens « *selon le haut conseil de la francophonie 60% des algériens sont francophones réels et parlent couramment la langue de Molière.... Ils sont dans la deuxième place des peuples qui parlent français après les français eux même* »²⁷ .

Le français occupe toujours une place très importante dans la majorité des secteurs d'où l'existence de tous les exigences de l'arabisation et de l'indépendance culturelle menées par le gouvernement algérien « *malgré l'indépendance culturelle qui s'en sont suivis, les positions du français n'ont pas été ébranlé, loin de là son étude ayant même quantitativement*

²³ Khaoula Taleb IBRAHIMI, les algériens et leur(s) langue(s), éd EL-HIKMA, Alger 1994

²⁴ Khaoula Taleb IBRAHIMI, les algériens et leur(s) langue(s), éd EL-HIKMA, Alger 1994

²⁵ Khaoula Taleb IBRAHIMI, les algériens et leur(s) langue(s), éd EL-HIKMA, Alger 1994

²⁶ DESIRAT Claude, la langue française au 20^{ème} siècle, Ed : Bordas, Paris, 1976

²⁷ Youtube, DZAIR, TV5, vu le :24-03-2021

progressé du fait de sa place dans l'actuel système éducatif »²⁸. Ce que confirme aussi monsieur AMARA. A « le français occupe une place prépondérante dans notre société, et ce, à tous les niveaux : économique, sociale et éducatif »²⁹

Dans le domaine du commerce et de l'économie la langue française est considérée comme la première langue dans les expressions écrites et orales « la langue française reste prépondérante à l'usage dans la vie économique du pays, les secteurs économique et financier fonctionnant presque exclusivement en français. Elle occupe encore une place importante dans les mass médias écrits; ce sont les quotidiens périodiques algériens en langue française qui ont la plus large diffusion ».³⁰

2-2 Le statut de la langue anglaise en Algérie :

L'anglais est une langue mondiale, elle représente la langue du business, des échanges, des grandes transactions et même la langue de la science et de la technologie.

En Algérie, cette langue n'a pas une place assez importante comme il est le cas dans certains pays. Elle est classée au second lieu dans le rang des langues étrangères après le français.

En 1993, la langue anglaise est la première langue étrangère en Algérie mais cela n'est pas resté pour une longue période. Cette expérience s'est achevée par l'échec « en 1993, la langue anglaise comme première langue étrangère enseignée, en concurrence avec le français, dès la quatrième année du primaire, le choix étant laissé aux parents. Cette mesure n'a pas duré longtemps: elle a été appliquée de 1994 à 1998 dans des établissements pilotes et à partir de 1998 elle a été généralisée dans toutes les écoles primaires pour être abandonnée deux ans plus tard. L'échec de cette mesure était prévisible même avant le début de son application: une enquête du ministère de l'éducation nationale a révélé que 71,07% des parents souhaitent que leurs enfants apprennent en premier le français alors que 28,72% des parents sont plutôt favorables à l'anglais comme première langue étrangère apprise à l'école »³¹.

²⁸ M. Aichouche, « la situation sociolinguistique en Algérie », langue et migration, centre de didactique des langues, université de langue et lettre GRENOBLE, 1981, p :46

²⁹ A. AMARA, « langues maternelles et langues étrangères en Algérie : conflit ou cohabitation », syngeries Algérie n°11, 2010, université de Mostaganem

³⁰ F. CHERIGUEN, politique linguistique en Algérie, In mots, Septembre ,p :63

³¹ S. ASSELAH-RAHAL & T. MIFIDENE & T. ZABOOT, « le contexte sociolinguistique en Algérie, In S. ASSELAH-REHAL et P. BLANCHET, plurilinguisme et enseignement des langues en Algérie , rôle du français en contexte didactique, éditions modulaires Européennes ,2001, intercommunication SPRL : p16

Dans les années 2000, le débat sur le fait de remplacer le français par l'anglais a refait surface. Pour certains, l'anglais est la langue des recherches scientifiques et du business alors que d'autres pensent que même le français est une langue des sciences et des affaires en acceptant que l'anglais est plus universel mais le français est lié culturellement et socialement à la société algérienne.

Le 28 Juin 2019, le ministre de l'enseignement supérieur Tayeb BOUZID a lancé un sondage pour recueillir l'opinion des étudiants concernant l'enseignement en langue anglaise au lieu du français pour qu'au 8 Juillet 2019 le ministre lance les résultats du sondage et l'anglais devient la langue de l'enseignement.

Loin du domaine de l'enseignement, l'anglais est rarement utilisé dans les autres domaines sauf dans le domaine du business et des affaires où il y a une activité. L'usage de l'anglais est dans certaines entreprises privées, le reste fonctionne encore en français.

Ce conflit des langues (français / anglais) n'a rien ajouté à l'Algérie et aux algériens , il reste comme une polémique où les algériens perdent leurs temps.

DEUXIEME CHAPITRE :

ENQUETE SUR

LE TERRAIN

1-Présentation de l'entreprise « ENOF » :

L'ENOF est née en 1983 de la restructuration organique de la SONAREM qui a donné naissance à 5 autres Entreprises.

FERPHOS : Entreprise de production qui a hérité des mines de Fer et de Phosphate

ENAMARBRE : Entreprise de production qui a hérité des carrières de Marbre

ENASEL : Entreprise de production qui a hérité des unités de Sel

EDEMINES : Entreprise d'Etudes et de Développement

EREM : Entreprise de recherche Minière qui a été érigée par la suite en Office de la Recherche Minière (ORGM)

En 2011 [le Groupe MANAL Spa](#) (MANADJIM EL DJAZAIR) a été créé regroupant toutes les entreprises publiques du secteur des mines.

ENOF (entreprise de production) a hérité de tout le patrimoine restant du secteur minier. Le patrimoine actuel se compose de 18 mines et carrières réparties sur tout le Nord du Territoire National.

Dès sa création en 1983 et depuis notamment son passage à l'autonomie en mai 1990, l'ENOF a engagé une série d'actions et de mesures qui se sont traduites par un véritable redressement et relance de ses activités.

Les principales réalisations :

Création de la Société d'Exploitation des Mines d'OR, Participation de l'ENOF à 10% du capital social de la Société

Réalisation du Complexe des Kaolins d'El Milia

Extension des capacités de production des agrégats de OuedFodda

Création de la société SOFELD pour la valorisation du gisement de AinBarbar

Construction de l'unité de production de Dolomie de Teiouelt

Mise en production du gisement de zinc de Chaâbet El Hamra

Mise en production du Projet Baryte de Mellal. Extension des capacités de production des unités de Baryte de BouKaid et d'agrégats d'Arzew

L'ENOF détient des titres de participation dans trois sociétés algériennes qui sont

WMZ : en partenariat avec l'ORGM (Algérie) et Terramine (Australie)

SOALKA : en partenariat avec FWC (Canada)

ALBARYTE : en partenariat avec SONATRACH »³²

2-Méthode de l'enquête :

Pour faire notre enquête, nous avons élaboré un questionnaire anonyme dont l'objectif est d'analyser les différentes situations de communication. Le questionnaire contient des questions fermées aux choix, et d'autres ouvertes et semi-fermées pour avoir plusieurs informations.

Nous avons aussi organisé une interview avec un responsable dans l'entreprise pour qu'il nous explique la situation et les résultats du questionnaire.

3-Déroulement de l'enquête :

Nous avons distribué le questionnaire à l'ensemble des employés de l'entreprise « ENOF » du port de Mostaganem.

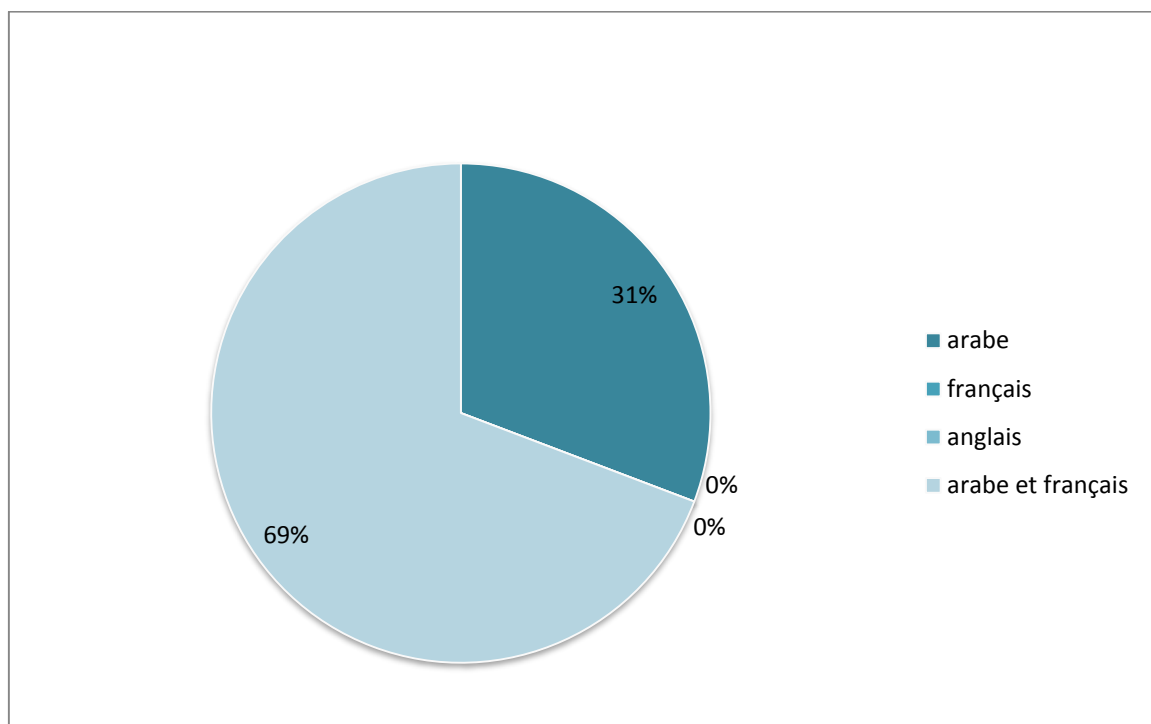
Nous avons pu avoir 26 questionnaires.

Après avoir ramassé les résultats du questionnaire, nous avons fait une interview avec le directeur commercial Mr, H. Annani qui nous a accueillie dans des conditions favorables et il a mis à notre disposition tous des documents qui peuvent nous faciliter la tâche .

³² <http://enof.dz> 20-05-2021 à 16 :15

4- Analyse du questionnaire :

1-Quelles sont les langues que vous utilisez dans la communication interne de votre entreprise ?



Interprétation des résultats :

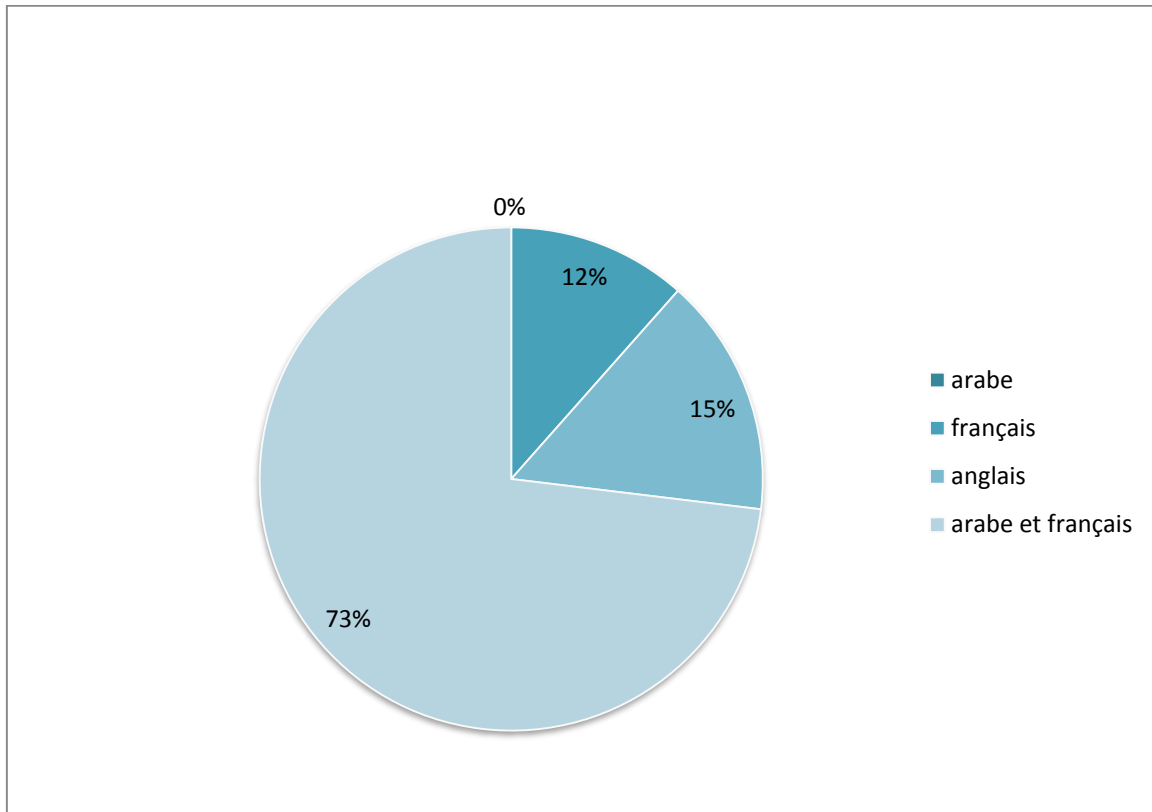
69% (18 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « arabe et français ».

31% (8 personnes) des questionnés ont choisi la préposition « arabe ».

Les deux propositions « français » et « anglais » n'ont pas été choisies .

Nous pouvons constater donc que la majorité des employés de l'entreprise utilise les deux langues (arabe et français) pour communiquer entre eux même, le reste préfère utiliser l'arabe.

2- Pour la communication externe (avec vos partenaires) quelles langues vous utilisez ?



Interprétation des résultats :

73% (19 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « arabe et français ».

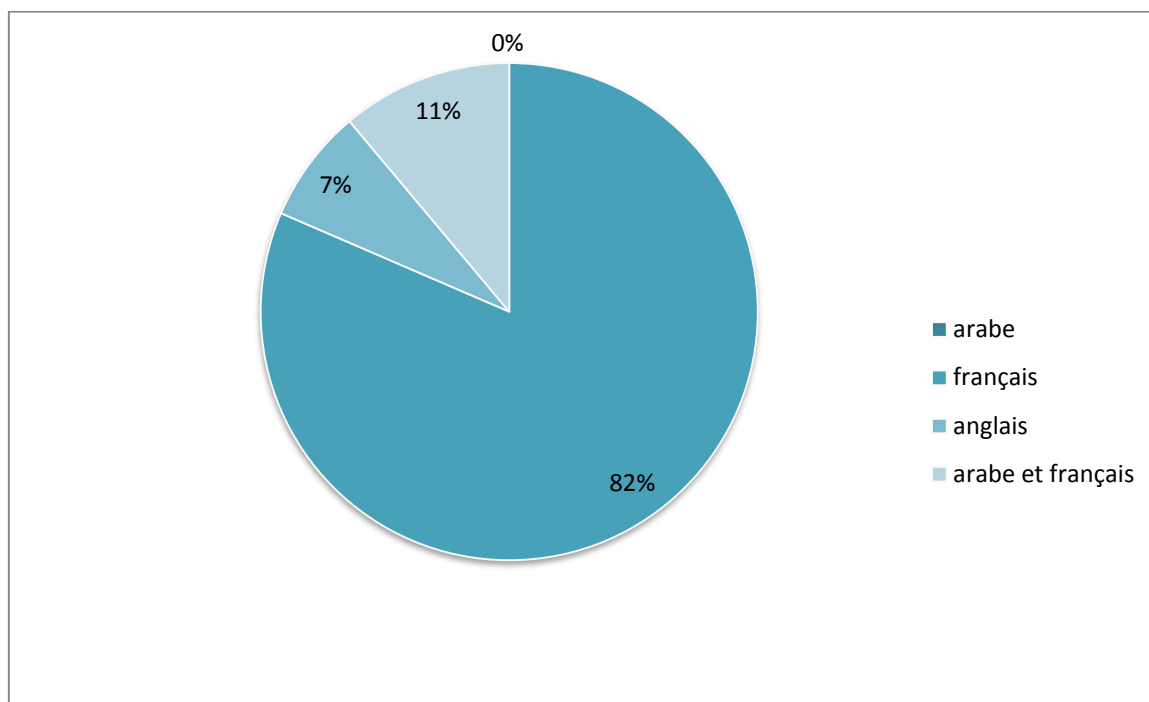
15%(4 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « anglais ».

12% (3 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « français ».

La proposition « arabe » n'a pas été choisie.

Nous constatons que la majorité des employés utilise les deux langues « arabe et français » pour qu'ils puissent communiquer avec leurs partenaires. Les autres ont choisi les deux propositions « anglais » et « français ». C'est ce que le directeur commercial de l'entreprise a expliqué« *généralement, on utilise l'arabe du dialecte et le français pour communiquer avec nos partenaires algériens, avec les partenaires étrangers on utilise l'anglais beaucoup plus mais on utilise aussi le français avec autres comme les canadiens par exemple* ». (interview personnelle avec le directeur commercial de l'entreprise. Le : 03-05-2021 à 10 :00 am au sein de l'entreprise ENOF)

3-Quelle est la langue que vous utilisez dans vos écrits administratifs ?



Interprétation des résultats

82% (21 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « français ».

11% (3 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « arabe et français ».

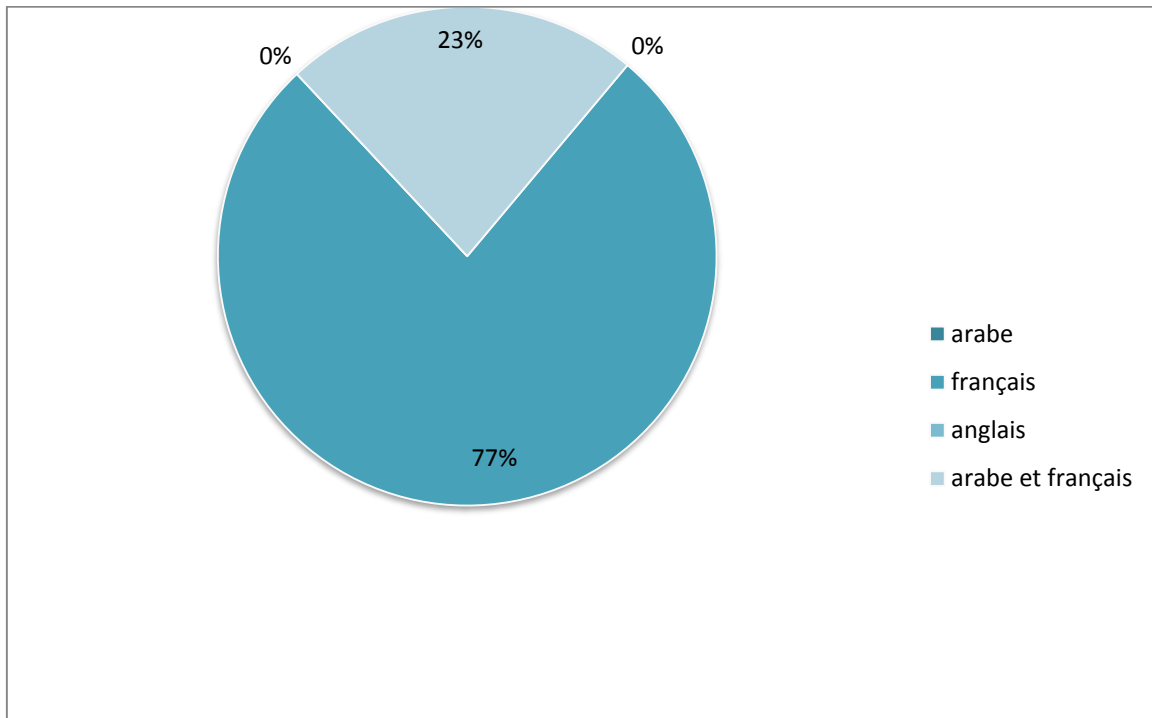
07% (2 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « anglais » .

La proposition « arabe » n'a pas été choisie.

La proposition « français » est le premier choix des employés , la plupart des écrits de l'entreprise sont en français (rapports, lettres administratifs , courriers , emailsetc).

Les écrits qui sont écrit en deux langues « arabe et français » sont généralement les écrits adressés à d'autres administrations(écrits juridiques par exemple) .

4- Vous préférez recevoir vos écrits administratifs en quelle langue ?



Interprétation des résultats

77% (20 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « français ».

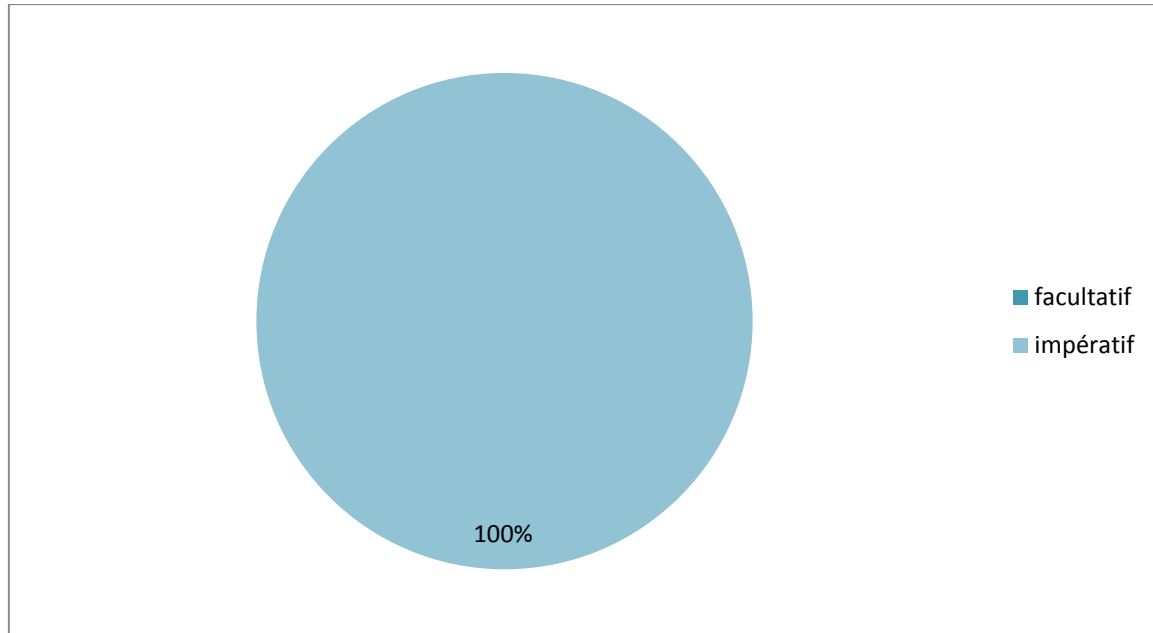
33% (6 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « arabe et français ».

Les deux propositions « arabe » et « anglais » n'ont pas été choisies.

77% des employés de l'entreprise préfèrent recevoir leurs écrits en français c'est ce que confirment les propos de H. Annani « *comme nous écrivons en français , on préfère recevoir nos écrits aussi en français, c'est à force d'habitude surtout pour nous les anciens . On est grandi dans un environnement francophone, nos études étaient en langue française dès le primaire jusqu'aux études supérieur, l'arabe constitue un obstacle pour moi surtout quand il s'agit de notre spécialité et dans notre entreprise ce qui n'était pas le cas pour la nouvelle génération .* » (interview personnelle avec le directeur commercial de l'entreprise

Le 03-05-2021 à 10 :00 am au sein de l'entreprise ENOF)

5- Pensez-vous que l'usage d'une langue est non pas une autre est : facultatif ou impératif ?



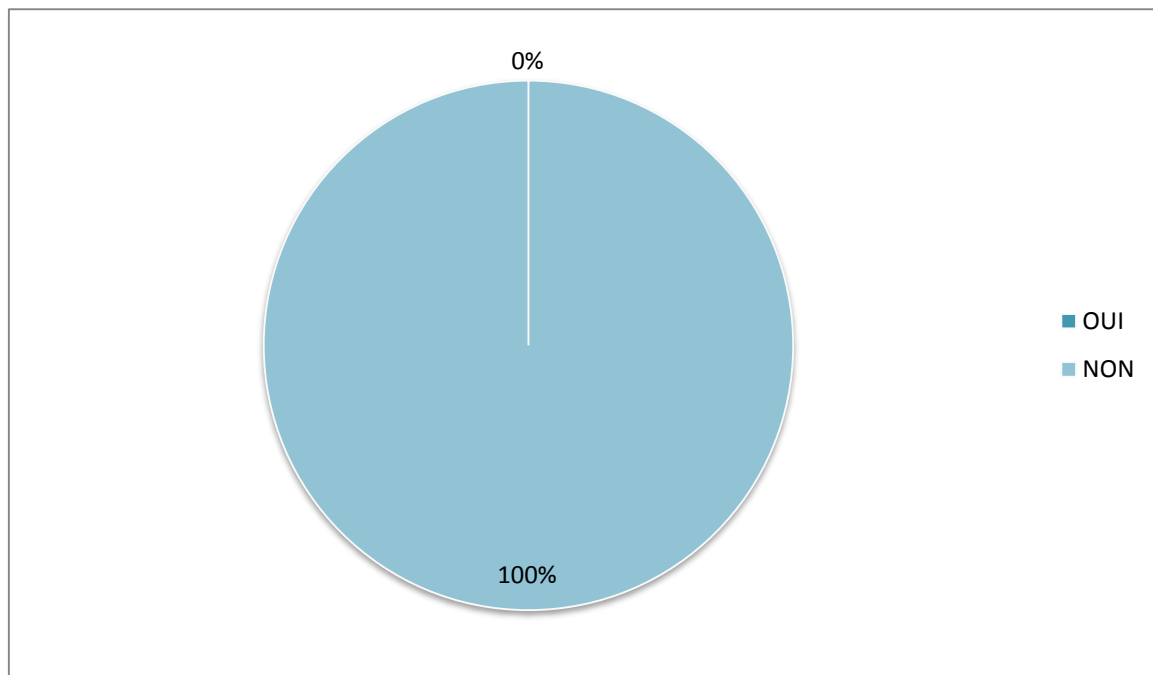
Interprétation des résultats

Nous pouvons voir clairement que tous les questionnés ont choisi la proposition « impératif ».

Les employés voient que l'usage de la langue est impératif parce que :

- Dans chaque situation , on est obligé d'utiliser une langue précise.
- Il faut utiliser la langue qui garantit la transmission du message.
- Nous devons utiliser la langue que le destinataire comprend.

6- Est-ce que l'arabisation a pu s'imposer dans votre entreprise ?



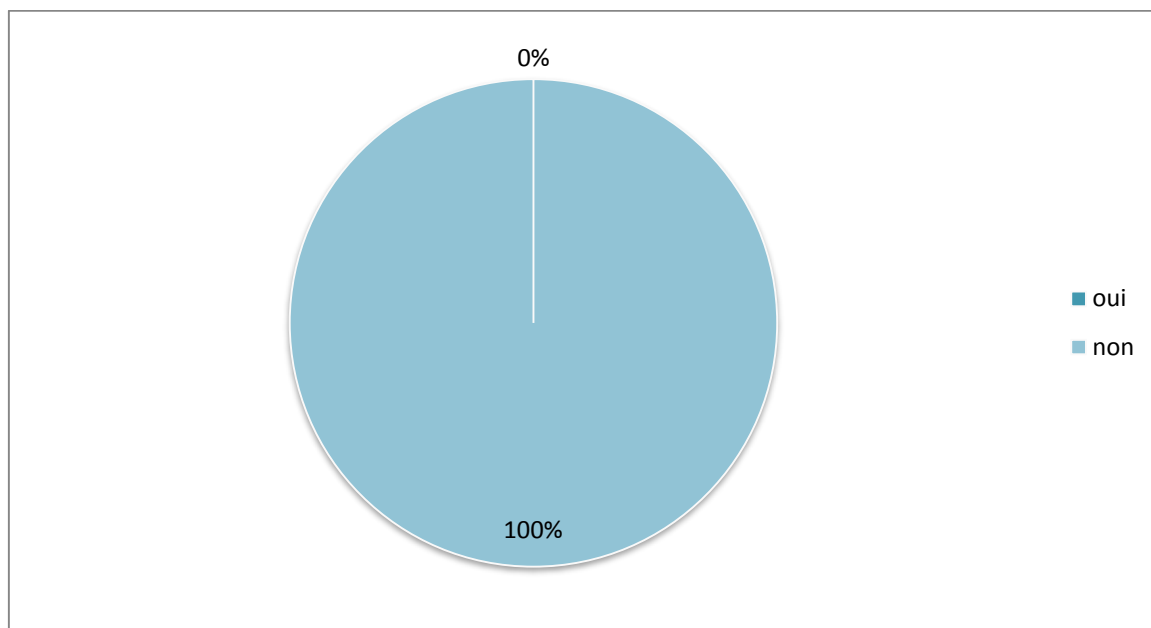
Interprétation des résultats

Tous les questionnés se sont mis d'accord que l'arabisation n'a pas pu s'imposer dans l'entreprise.

Monsieur H. Annani nous a clarifié cette question « *l'arabisation ne peut pas s'imposer dans certains secteurs (industrie , commerce , économiér). Lorsqu' on a des relations internationales , l'arabe ne fonctionne pas et d'ailleurs meme le français parfois est inutile car il n'occupe pas une place assez importante dans le classement des langues dangues dans le monde* » (interview personnelle avec le directeur commercial de l'entreprise

Le :03-05-2021 à 10 :00 am au sein de l'entreprise ENOF)

7- Pouvez vous remplacer le français par l'arabe ?



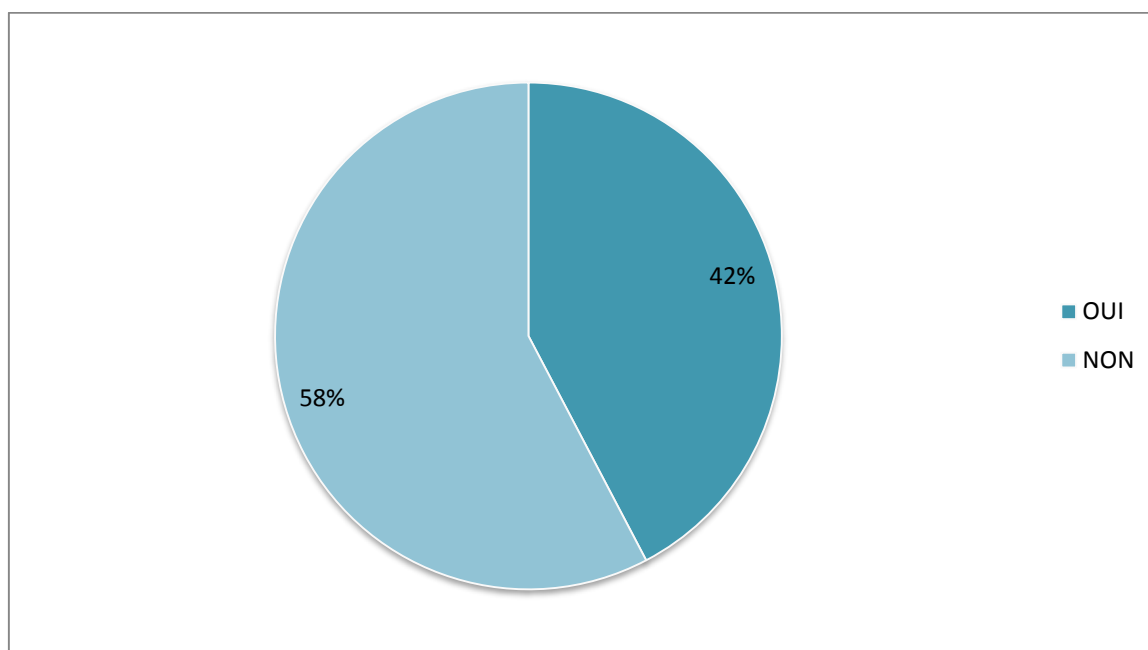
Interprétation des résultats

100% (26 personnes) des questionnées voient que le français ne peut pas être remplacé par l'arabe .

Il est difficile de remplacer le français par l'arabe pour ne pas dire impossible car :

- Nous sommes habitués à utiliser le français.
- Le français est la langue des affaires et de l'industrie en Algérie.
- Nous ne maîtrisons pas l'arabe spécialisé.
- L'arabe est plus difficile que le français.
- Il est impossible dans les secteurs de l'économie.
- Nous avons fait nos études supérieures en français.

8- Pouvez vous remplacer le français par l'anglais ?



Interprétation des résultats :

58% (15 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « oui ».

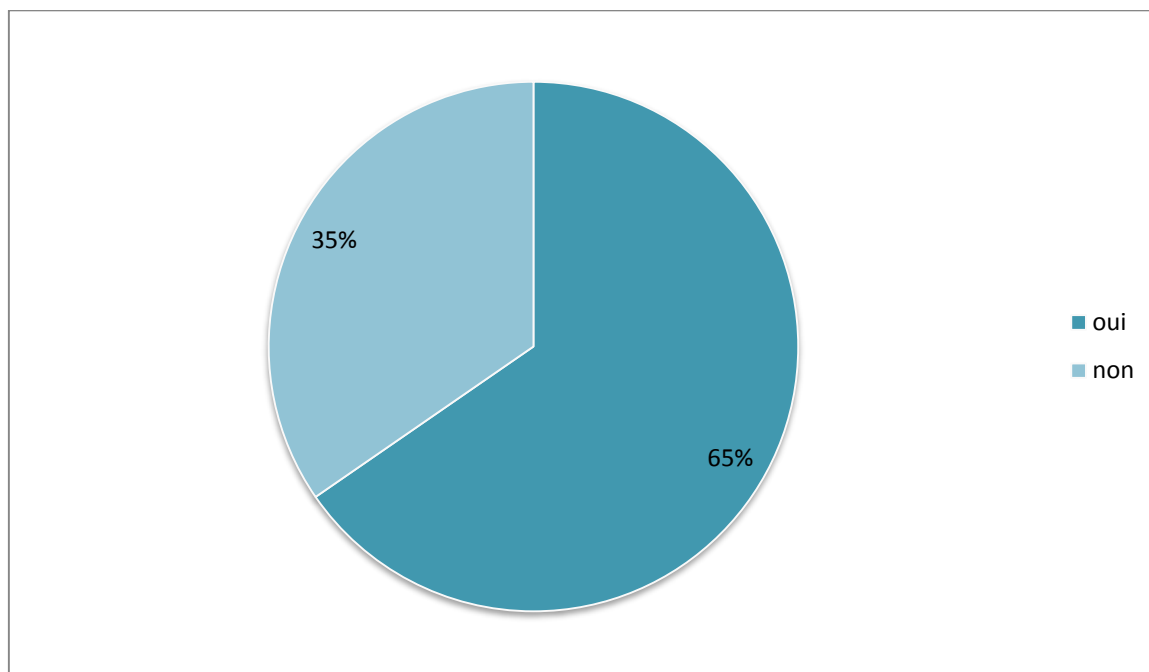
42% (11 personnes) des questionnés ont choisi la proposition « non ».

Quinze questionnés proposent que la langue française peut être remplacée par la langue anglaise alors que onze personnes voient que l'anglais ne peut pas prendre la place du français.

D'après Mr, H. Annani « *la langue française a connu une chute au niveau mondial, par contre l'anglais a toujours gardé sa vivacité . La différence est claire. Dans le commerce la langue française est considérée comme Une langue morte, tout est en anglais, je parle bien sûr dans un cadre professionnel international et je vois que même l'Algérie va adopter cette langue je n'ai pas le choix , si tout le monde adopte l'anglais , nous devons l'adopter*

. *C'est l'anglais qui représente la langue des affaires et du business.* » (interview personnelle avec le directeur commercial de l'entreprise. Le : 03-05-2021 à 10 :00 am au sein de l'entreprise ENOF)

9- Est-ce qu'il existe d'autres langues qui peuvent remplacer le français à part l'arabe et l'anglais ?



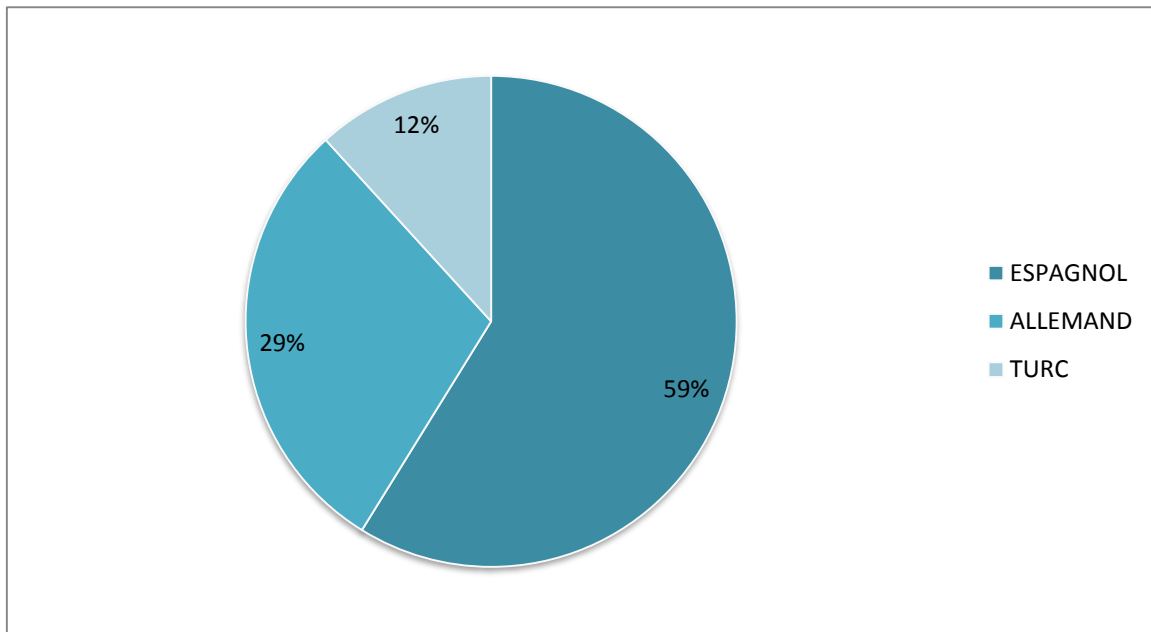
Interprétation des résultats :

65% (17 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « oui ».

35% (9 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « non ».

Dix-sept questionnées pensent qu'il y a autres langues qui peuvent prendre la place du français alors que neuf personnes voient qu'il n'y a pas autres langues qui peuvent remplacer le français.

10- Si oui, quelle(s) est (sont) cette/ ces langue(s) ?



Interprétation des résultats :

59% (10 personnes) des questionnées ont choisi « l'espagnol ».

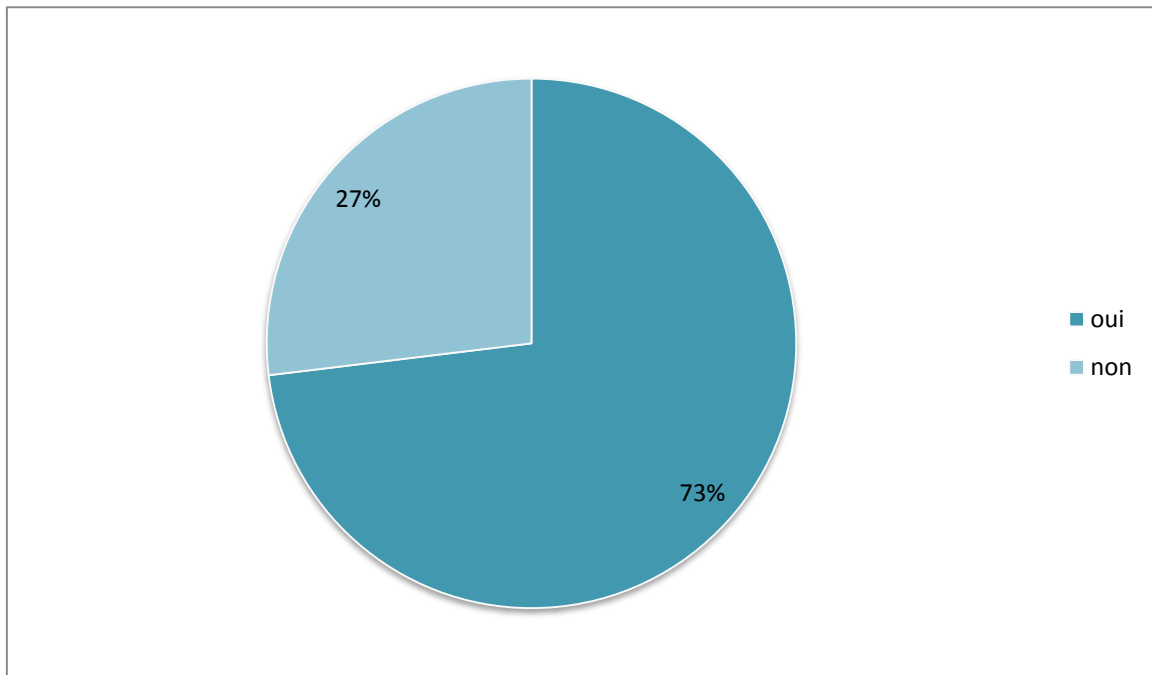
29% (5 personnes) des questionnées ont choisi « l'allemand ».

12% (2 personnes) des questionnées ont choisi « le turc ».

Pour plus de détails, nous avons interprété les résultats de cette question avec le directeur commercial de l'entreprise qui nous a expliqué plus profondément la situation et la réalité linguistique au sein de son entreprise. Voici ses propos :

« Personnellement, je valorise l'espagnol , elle devient de plus en plus répandu surtout dans notre secteur. Le français n'aura plus la place qu'il avait dans des moments passés. Vous ne pouvez pas voir ce qu'on voit nous, le regard externe diffère complètement de notre regard. La réalité est que le français commence à disparaître dans le commerce. D'ailleurs , les français eux même commencent à utiliser l'anglais et l'espagnol dans leurs affaires et leurs transactions. comme l'Algérie est un pays méditerranéen , on a accueilli plusieurs partenaires qui parlent espagnol et autres parlent allemand mais ils sont rares . » (interview personnelle avec le directeur commercial de l'entreprise . Le :03-05-2021 à 10 :00 am au sein de l'entreprise ENOF)

1- Est-ce que la non maitrise du français peut créer un problème dans l'entreprise ?



Interprétation des résultats :

73%(19 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « oui ».

27%(7 personnes) des questionnées ont choisi la proposition « non ».

Plus de 70% voient que la non maitrise de la langue française peut conduire à un vrai problème dans l'entreprise vu que la majorité des employeurs utilisent cette langue comme un code de la communication orale et écrite. Il est impossible de pratiquer une autre langue (pour le moment). Le français, dans cette entreprise, occupe une place assez importante, elle est la langue des échanges nationaux et internationaux.

12_Quelle importance accordez-vous à la langue française ?

1. Elle est la langue du travail.
2. Le français est la première langue de l'entreprise.
3. Le code commun de la majorité des partenaires.
4. Elle est la langue du business actuellement en Algérie.
5. La langue de 90% des écrits administratifs de l'entreprise ENOF .
6. La langue des transactions internationales.

CONCLUSION :

Nous avons visé dans notre travail de fin d'étude l'usage des langues dans les entreprises algériennes. Nous avons choisi comme cas d'étude l'entreprise ENOF qui se situe dans le port de Mostaganem.

Nous avons traité le sujet en deux chapitres ; le premier intitulé « **langues et communication** », le deuxième « **enquête sur le terrain** ».

Le premier chapitre est divisé en deux parties. La première est intitulée « **Communication** » dans lequel nous avons abordé la définition générale du terme communication en nous basant sur le célèbre schéma de JAKOBSON. Puis nous nous sommes penchée sur la communication des entreprises définitions et objectifs. Nous sommes passée par la suite aux types de communication des entreprises :

- la communication globale de l'entreprise et ses sous types (interne et externe) .
- la communication institutionnelle en abordant aussi les sous types : communication financière, communication de recrutement et communication de crise.
- La communication commerciale en incluant la communication de marque et la communication de produit.

Dans la deuxième partie du premier chapitre, nous avons traité les statuts des langues en Algérie. Nous avons commencé par la langue arabe dite langue officielle du pays . Nous avons décrit sa situation dans la société algérienne (avant et après l'indépendance), aussi sa situation dans différents domaines en mettant en avant la loi de l'arabisation. Ensuite , nous sommes passée au statut du français première langue étrangère en Algérie indépendante alors qu'elle était la langue officielle avant 1962. Nous avons aussi étudié le statut de l'anglais qui est à la deuxième place dans le rang des langues étrangères.

Dans le deuxième chapitre intitulé « **enquête sur le terrain** », nous avons traité notre sujet « l'usage des langues dans les entreprises algériennes » dans l'entreprise ENOF qui se situe au port de Mostaganem.

Lors de l'enquête nous avons pu remarquer que la langue arabe est moins utilisée par les employeurs et même au niveau de l'écrit par rapport au français qui est la langue dominante dans cette entreprise.

Les résultats de l'enquête confirment que l'arabe n'a aucune place dans les grandes entreprises sauf dans les écrits administratifs de la sûreté nationale contrairement au français qui joue un rôle primordial dans les échanges oraux et écrits.

D'ailleurs, même le français est en position de faiblesse par rapport à l'anglais qui tend à devenir de plus en plus une langue universelle et qui va prendre sa place dans le secteur national surtout quand il s'agit du business. L'anglais est très demandé dans les transactions avec les partenaires étrangers. Tandis que le français représente la langue des affaires en Algérie jusqu'à nos jours mais cela ne va pas durer longtemps.

Enfin, nous avons choisi ce sujet pour que nous puissions décrire la variété linguistique en Algérie. Dans une entreprise pareille, la situation linguistique est différente. Notre but est de bien comprendre la pratique des langues dans la vie commerciale des algériens.

Bibliographie :

- ✚ Asselah-Rahal .S & Mifidène .T & Zaboot .T « le contexte sociolinguistique en Algérie », In Asselah-Rahal .S & Blanchet .P , plurilinguisme et enseignement des langues en Algérie, rôle du français en didactique, édition Modulaires Européennes, 2001.
- ✚ Bizot .E & Hélène .M & Piau .J , « la communication », « techniques tertiaires », édition DUNOD, Paris, 2016.
- ✚ Chirouz .A & Chirouz .Y « introduction au marketing », édition FOUCHER, Paris, 2001.
- ✚ Grandguillaume .G, « arabisation et politiques linguistiques au Maghreb », édition G.P , Maisonneuve et Larose, 1983.
- ✚ Dedirat .C, « la langue française au 20 siècle », édition BORDRAS, Paris, 1976 .
- ✚ Helfer .J .P & Orsoni .J .P, « politique commerciale », édition VUILBERT, 1987.
- ✚ Ibrahimi .KH .T , « les algériens et leurs langues », édition EL-HIKMA , Alger, 1994.
- ✚ Bruno .J , « la communication », édition BOECK, Bruxelles,2010.
- ✚ Lendrevie .J & Lindon .D , « la communication », édition DALLOZ, Paris, 2000.
- ✚ Schneider .CH , « communication », « nouvelles fonctions stratégiques de l'entreprise », édition J. DELMAS, Paris, 1990.

Articles sur internet :

- ✚ Aichouche .M, « la situation linguistique en Algérie », « langue et migration », centre de didactique des langues , université de langue et de lettre, Grenoble, 1981.
- ✚ Amara .A, « langues maternelles et langues étrangères en Algérie : Conflit ou cohabitation » , synergies Algérie n°11, université de Mostaganem, 2010.
- ✚ Cherguen .F, « politique linguistique en Algérie », In mots, Septembre 1997.

Sitographie :

- ✚ www.alloprof.qc.ca le 25-03-2021
- ✚ www.economie.gouv.fr . le 22-03-2021 à 10 :32
- ✚ <http://enof.dz> . le 20-05-2021 à 16 :15
- ✚ www.larousse.fr . le 26-03-2021 à 16 :20
- ✚ Youtube, DZAIR, TV5. Le 24-03-2021

ANNEXES :

1- Quelles sont les langues que vous utilisez dans la communication interne de votre entreprise ?

- a) Arabe
- b) Français
- c) Anglais
- d) Autre

2- Pour la communication externe (avec vos partenaires) , quelles langues vous utilisez ?

- a) Arabe
- b) Français
- c) Anglais
- d) Autre

3-Quelle est la langue que vous utilisez dans vos écrits administratifs ?

- a) Arabe
- b) Français
- c) Anglais
- d) Autre

4- Vous préférez recevoir vos écrits administratifs en quelle langue ?

- a) Arabe
- b) Français
- c) Anglais
- d) Autre

5-Pensez-vous que l'usage d'une langue et non pas une autre est :

- a) Facultatif
- b) Impératif

Pourquoi ?

6-Est-ce que l'arabisation a pu s'imposer dans votre entreprise ?

- a) Oui
- b) Non

7-Pouvez-vous remplacer le français par l'arabe ?

- a) Oui
- b) Non

Pourquoi ?

8-Pouvez-vous remplacer le français par l'anglais ?

- a) Oui
- b) Non

9-Est-ce qu'il existe autres langues qui peuvent remplacer le français ?

- a) Oui
- b) Non

10- Si oui, quelle(s) est cette :ces langue(s) ?

11-Est-ce que la non maitrise d'une langue peut créer un problème dans l'entreprise ?

- a) Oui
- b) Non

12-Quelle importance accordez-vous à la langue française ?

Table de matière

I.	Remerciements.....	02
II.	Dédicaces.....	03
III.	Introduction.....	04
	Problématique.....	05
	Hypothèses.....	05
	Motivation.....	05
	Plan du travail.....	06

PREMIER CHAPITRE : LANGUES ET COMMUNICATION

	Qu'est-ce qu'une entreprise	08
--	-----------------------------------	----

1-La communication

1.1.	Définition.....	08
1.2.	La communication des entreprises.....	09
1.2.1.	La communication globale	09
1.2.2.	La communication institutionnelle	10
1.2.3.	La communication commerciale.....	11

2-Les statuts des langues en Algérie

2.1.	Le statut de l'arabe en Algérie.....	12
2.2.	Le statut du français en Algérie.....	14
2.3.	Le statut de l'anglais en Algérie.....	15

DEUXIEME CHABITRE : ENQUETE SUR TERRAIN

1-	Présentation de l'entreprise.....	18
2-	Méthode de l'enquête.....	19
3-	Déroulement de l'enquête.....	19
4-	Analyse du questionnaire.....	20

CONCLUSION	32
BIBLIOGRAPHIE	34
ANNEXES	36